

框 架

資料來源：《誤 區---思維中常犯的 6 個基本錯誤》

Thomas Kida 原著，張雲譯，2011 年，人民郵電出版社

人們在思考問題時，背後常有一個框架，明明是同一個狀況，如果框架變了，我們的反應就會非常不同。

框架甚至可以影響生死存亡的決定。一項研究涉及 1153 個患者、醫師和研究生，讓他們選擇是否採用「手術」的方法來治療肺癌。大約一半的人被告知，如果做手術，會有 68%的幾率存活 1 年以上。另一半人被告知，如果做手術的話，有 32%的幾率活不過今年年底。結果是在以「活」為框架的，有 75%的人選擇做手術，以「死」為框架的，只有 58%的人選擇做手術。

同樣的，我們也可以定位以「損失」或以「收益」為框架，就像著名諺語中的半杯水，可以看作「半滿」也可以看作「半空」。在不同的框架中思考可能會影響我們的決定，因為人們有一種天然傾向，對於收益(肯定能得到)會迴避風險，對於損失則會冒風險(願意賭一把)。心理學家稱此為「損失厭惡」現象，亦即對大多數人而言，損失的陰影比獲益得到的快樂來得大。在加油站加油，用現金比用信用卡要省錢，他們稱為現金折扣而不是信用卡手續費，因為現金折扣被視為收益，而手續費就如同從口袋往外掏錢(損失)。

避免損失的願望導致了一些錯誤的決定。例如，投資者往往急於出售已經獲利的投資，處在虧損狀態反而死抱不放。從本質上講，這就是我們要鎖定確定的收益，而不想接受確定的損失！因為企圖避免損失，我們不肯賣出虧損的股票，結果就會在痛苦的路上越走越遠。

我們高估自己已經擁有東西的傾向，早就被行銷人員成功加以應用，這意味著只要讓顧客把商品帶回家，他就不想歸還了。於是，我們看到可送到家免費試用、有線電視前幾個月只收半價……等等行銷策略。

我們可以肯定，有人會利用框架來操控公眾輿論，因為他們知道要如何提問題，才能得到他們想要的答案。